

Plan komunikacji z lokalną społecznością na lata 2024-2029 LGD „Kraina Rawki” realizowany w ramach PS WPR na lata 2023-2027

Plan komunikacji LGD „Kraina Rawki” określa cele, działania komunikacyjne i środki przekazu służące przekazywaniu i pozyskiwaniu informacji w relacjach pomiędzy społecznością lokalną, a LGD na każdym etapie wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju. Ponadto określa planowane efekty działań komunikacyjnych oraz sposób badania ich skuteczności, sposób wykorzystania wniosków uzyskanych od lokalnej społeczności i budżet przewidziany na realizację planu komunikacji. LGD „Kraina Rawki” stawia sobie również zadanie systematycznego rozwijania potencjału społeczności lokalnej, w tym do świadomego osiągania celów strategii, co polegać będzie na organizowaniu różnego rodzaju działań animujących, integrujących i szkoleniowych. Realizacja działań komunikacyjnych LGD w latach 2023-2027 ma zapewnić prawidłowe i efektywne wdrażanie Lokalnej Strategii Rozwoju oraz upowszechnianie efektów wykorzystania funduszy unijnych.

I. Główne cele działań komunikacyjnych wynikające z przeprowadzonej analizy potrzeb/problemów komunikacyjnych

- 1) Informowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia w ramach budżetu LSR.
- 2) Informowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji.
- 3) Wspieranie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków w ramach LSR oraz doradztwo w procesie realizacji projektów.
- 4) Bieżące informowanie obszaru LGD o realizacji LSR i promocja dobrych praktyk.
- 5) Pomoc w znajdowaniu partnerów dla realizacji wspólnych operacji i animowanie do innowacyjności.
- 6) Zaangażowania mieszkańców w działalność LGD poprzez integrację i aktywizację społeczności lokalnej z uwzględnieniem jej trójsektorowości.
- 7) Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny jakości pomocy świadczonej przez LGD.

II. Działania komunikacyjne i środki przekazu.

Zaplanowane cele zostaną osiągnięte poprzez intensywne, różnorodne i długofalowe działania informacyjno-promocyjne oraz animacyjne. W celu zapewnienia szerokiego, wielokanałowego i użytecznego dostępu do informacji i pomocy spełnione muszą być pewne zasady realizacji komunikacji szczególnie w zakresie dostępu do informacji, która będzie pomocna mieszkańcom i potencjalnym beneficjentom.

Informacja skierowana do potencjalnych beneficjentów jest dostępna w sposób ciągły, czyli istnieją kanały i narzędzia komunikacji umożliwiające dotarcie do informacji o każdej porze. Takim rozwiązaniem jest strona internetowa LGD: www.krainarawki.eu. System dostępu do informacji jest zdywersyfikowany tak, by zapewnić możliwość dotarcia do informacji na wiele sposobów zarówno pod względem formy, treści jak i zasięgu. Formy i treści będą przygotowane z zapewnieniem dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami. Dzięki temu informacja dociera w sposób wielokanałowy. Przykładami takiej różnorodności kanałów dotarcia są:

- 1) strona internetowa LGD: www.krainarawki.eu i strony gmin członkowskich,
- 2) profile w mediach społecznościowych (Facebook: @krainarawki, Instagram: @krainarawki, YouTube: @lokalnagrupadziaaniakraina3764),
- 3) kontakt telefoniczny i mailowy z pracownikiem Biura LGD,
- 4) Newsletter i przekazywanie informacji pocztą elektroniczną,
- 5) wszelkie materiały informacyjne i promocyjne, ulotki, broszury, instrukcje,
- 6) organizowanie konferencji, spotkań, warsztatów i szkoleń,
- 7) ogłoszenia na tablicach informacyjnych,
- 8) ogłoszenia i artykuły w lokalnej prasie.

W celu zapewnienia jak najskuteczniejszego odbioru przekazywanych treści, LGD oprze się głównie na dotychczas stosowanych efektywnych działaniach komunikacyjnych oraz na metodach komunikacji wskazanych przez mieszkańców podczas konsultacji społecznych. Ciągłość i powtarzalność zaplanowanych do realizacji działań komunikacyjnych zapewni utrzymanie mobilizacji społecznej w całym procesie wdrażania LSR. Działania komunikacyjne i środki przekazu są dostosowane do poszczególnych grup odbiorców i realizują cele komunikacyjne zaś przekazywane treści będą czytelne i fachowe. Zostaną zastosowane, m.in. spotkania informacyjne, warsztaty, szkolenia, wizyty studyjne, ulotki, broszury informacyjne, artykuły na stronach internetowych i profilach społecznościowych, newsletter, artykuły w gazetach i mailingi.

III. Adresaci działań komunikacyjnych (grupa docelowa)

Proponowane działania komunikacyjne oraz różnorodność środków przekazu zagwarantują społeczności lokalnej szeroki i otwarty udział w procesie komunikacyjnym. Grupę docelową działań komunikacyjnych tworzą:

- 1) wnioskodawcy (np. mieszkańcy, JST, NGO, przedsiębiorcy, parafie i związki wyznaniowe, rolnicy);
- 2) beneficjenci realizujący operacje (np. mieszkańcy, JST, NGO, przedsiębiorcy, parafie i związki wyznaniowe, rolnicy);
- 3) członkowie LGD;
- 4) lokalni liderzy, m.in. przedstawiciele NGO, sołtysi, radni gmin i powiatów;
- 5) instytucje kultury i placówki edukacyjne, m.in. biblioteki, ośrodków kultury, szkoły;
- 6) organizacje pozarządowe mające siedzibę na terenie objętym LSR (w szczególności skupiające młodzież i seniorów), m.in. KGW, OSP, kluby sportowe;
- 7) instytucje działające na rzecz osób w niekorzystnej sytuacji społecznej, m.in. ośrodki pomocy społecznej, warsztaty terapii zajęciowej, kluby seniora.
- 8) mieszkańcy obszaru LSR, w tym osoby w niekorzystnej sytuacji;
- 9) przedsiębiorcy mający siedzibę lub oddział na obszarze objętym LSR;
- 10) pracownicy biura LGD (będący odbiorcami badań satysfakcji i jakości).

IV. Wskaźniki i efekty działań komunikacyjnych

Zakładane wskaźniki działań komunikacyjnych wraz z wartościami oraz planowane efekty działań komunikacyjnych zostały określone w ramach poszczególnych środków przekazu.

V. Analiza efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu (w tym tryb korygowania planu komunikacji)

Należy podkreślić, że Plan komunikacji nie jest dziełem skończonym, bowiem będzie on podlegał ewaluacji, odpowiednio do zmieniających się uwarunkowań, w tym możliwych zakłóceń w procesie wdrażania LSR. Efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu będzie analizowana poprzez prowadzenie ciągłego monitoringu zaplanowanych działań, polegającego na systematycznym zbieraniu i analizowaniu informacji jakościowych i ilościowych na temat prowadzonych działań komunikacyjnych, m.in. za pomocą ankiet wśród przedstawicieli grup docelowych, którzy uczestniczyli w działaniach komunikacyjnych. Anonimowe badania ankietowe dotyczyć będą poziomu zadowolenia z działań, w których możliwy jest bezpośredni kontakt z odbiorcą, takich jak np.: warsztaty, szkolenia, wyjazdy studyjne. Dla badania efektywności pozostałych działań wykorzystany będzie formularz ankiet on-line (umieszczony na stałe na stronie internetowej), który umożliwi przekazywanie do Biura LGD uwag i propozycji, w tym tych, dotyczących komunikacji. Zebraneankiety i zestawienie danych z formularzy kontaktowych będą archiwizowane. Na początku każdego roku Zarząd będzie analizował efektywność działań komunikacyjnych i wykorzystanych środków przekazu korzystając z zebranych informacji. W przypadku stwierdzenia odstępstw od założonych wskaźników i efektów podejmowane będą działania naprawcze skutkujące korektą Planu komunikacji. Efektem monitoringu będzie dostosowywanie działań do zmieniających się okoliczności, nowych oczekiwań i potrzeb społecznych. Zmiany w Planie komunikacji będą dokonywane partycypacyjnie. Minimum to zespołowe opracowanie propozycji zmian, a następnie ich publikacja na stronie internetowej i skonsultowanie z mieszkańcami i członkami stowarzyszenia. Tryb konsultacji będzie zależeć od zakresu proponowanych zmian i czasu w jakim będą musiały być wprowadzone.

W przypadku problemów z realizacją LSR, działania informacyjne będą ukierunkowane na grupę docelową, tak aby dotrzeć do jak najszerszego grona odbiorców. Przede wszystkim publikowane będą informacje na lokalnych portalach, na tablicach ogłoszeń, przeprowadzone zostaną dodatkowe spotkania informacyjne, przekazane zostaną ogłoszenia do sołtysów, przekazywane będą informacje do gmin, lokalnych organizacji pozarządowych, lokalnych liderów, dyrektorów szkół, przedstawicieli instytucji kultury oraz ośrodków pomocy społecznej i przedsiębiorców.

VI. Całkowity budżet przewidziany na działania komunikacyjne w okresie realizacji LSR.

Planowany budżet na działania komunikacyjne na okres 2023-2027 wynosi 200 000 zł.

Wszystkie działania realizowane w ramach Planu komunikacyjnego będą uwzględniać obowiązujące zasady komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez właściwe IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR;

Cel	Działanie Komunikacyjne	Adresaci działania komunikacyjnych	Środki przekazu	Zakładane wskaźniki		Planowane efekty działań komunikacyjnych	Budżet
				Jednostka miary	Wartość		
Informowanie potencjalnych wnioskodawców o LSR, jej głównych celach, zasadach przyznawania dofinansowania oraz typach operacji, które będą miały największe szanse wsparcia w ramach budżetu LSR.	Kampania informacyjna	Mieszkańcy obszaru LSR, członkowie LGD, przedsiębiorcy, instytucje, organizacje pozarządowe, Wnioskodawcy	Ogłoszenia na stronie internetowej LGD	Liczba wejść na stronę internetową z ogłoszeniem	500	Wzrost wiedzy grup docelowych na temat działalności LGD i założeń LSR. Wzrost wiedzy grup docelowych na temat możliwości pozyskania środków na realizację projektów	8.000 zł
			Ogłoszenia na profilu LGD na portalu społecznościowym	Liczba osób, które zobaczyły ogłoszenie	1000		
			Ogłoszenia na stronach internetowych JST	Liczba zamieszczonych ogłoszeń	10		
			Ogłoszenia na tablicach informacyjnych	Liczba zamieszczonych ogłoszeń	10		
			Artykuły w prasie lokalnej	Liczba artykułów	3		
			Spotkania informacyjne	Liczba spotkań	10		
			Broszury informacyjne	Liczba wydanych numerów broszur	1		
Mailing	Liczba przekazanych wiadomości	200					
Informowanie potencjalnych wnioskodawców o naborach wniosków i możliwości realizacji operacji.	Akcje promocyjno-informacyjne oraz działania szkoleniowo-doradcze	Mieszkańcy obszaru LSR, członkowie LGD, przedsiębiorcy, instytucje, organizacje pozarządowe, Wnioskodawcy	Ogłoszenia na stronie internetowej LGD	Liczba wejść na stronę internetową z ogłoszeniem	2000	Zainteresowanie grup docelowych pozyskaniem środków na realizację operacji.	10.000 zł
			Ogłoszenia na profilu LGD na portalu społecznościowym	Liczba osób, które zobaczyły ogłoszenie	5000		
			Ogłoszenia na stronach internetowych JST	Liczba zamieszczonych ogłoszeń	50		
			Ogłoszenia na tablicach informacyjnych	Liczba zamieszczonych ogłoszeń	50		
			Ogłoszenia w prasie lokalnej	Liczba ogłoszeń	15		
			Spotkania informacyjno-szkoleniowe	Liczba spotkań	10		
			Broszury informacyjne	Liczba wydanych numerów broszur	2		
			Mailing	Liczba przekazanych wiadomości	500		
Kontakt z grupami docelowymi poprzez rozmowy telefoniczne	Liczba osób	200					
Wspieranie beneficjentów w zakresie	Punkt informacyjny prowadzony przez biuro LGD oraz	Beneficjenci realizujący operacje	Broszury informacyjne	Liczba wydanych numerów broszur	2	Podniesienie wiedzy grupy docelowej nt. warunków i sposobów	10.000 zł
			Szkolenia	Liczba szkoleń	5		

pozyskiwania środków w ramach LSR oraz doradztwo w procesie realizacji projektów	działania szkoleniowo-doradcze		Doradztwo udzielone przez pracowników biura LGD	Ilość udzielonego doradztwa	150	realizacji i rozliczenia projektów	
Bieżące informowanie obszaru LGD o realizacji LSR i promocja dobrych praktyk.	Akcje promocyjno-informacyjne	Mieszkańcy obszaru LSR, członkowie LGD, przedsiębiorcy, instytucje, organizacje pozarządowe, Wnioskodawcy, Beneficjenci realizujący operacje	Spotkania informacyjno-promocyjne	Liczba spotkań	10	Wzrost wiedzy grupy docelowej na temat realizacji LSR.	35.000 zł
			Artykuły na stronie internetowej LGD	Liczba wejść na stronę internetową z artykułem	5 000		
			Artykuły na profilu LGD na portalu społecznościowym	Liczba osób, które zobaczyły artykuł	10 000		
			Artykuły na stronach internetowych JST	Liczba zamieszczonych ogłoszeń	90		
			Publikacje /brozury informacyjne	Liczba wydanych publikacji / numerów broszur	20		
			Artykuły w prasie lokalnej	Liczba artykułów	50		
			Newsletter	Liczba przygotowanych newsletterów	36		
			Filmy promocyjne	Ilość filmów	5		
Pomoc w znajdowaniu partnerów dla realizacji wspólnych operacji i animowanie do innowacyjności	Punkt informacyjny prowadzony przez biuro LGD oraz działania animacyjne i szkoleniowo-doradcze	Przedsiębiorcy, instytucje, organizacje pozarządowe, Wnioskodawcy,	Spotkania strategiczne	Liczba spotkań	5	Zwiększenie współpracy pomiędzy grupami docelowymi.	55.000 zł
			Warsztaty kreatywności i myślenia innowacyjnego	Liczba warsztatów	5		
			Wizyty studyjne w innowacyjnych przedsiębiorstwach i instytucjach	Liczba wizyt studyjnych	5		
			Doradztwo udzielone przez pracowników biura LGD	Ilość udzielonego doradztwa	100		
Zaangażowanie mieszkańców w działalność LGD poprzez integrację i aktywizację społeczności lokalnej z uwzględnieniem jej trójsektorowości.	Działania zwiększające zaangażowanie społeczności lokalnej w działalność LGD i realizację LSR.	Mieszkańcy obszaru LSR, członkowie LGD, przedsiębiorcy, instytucje, organizacje pozarządowe, Wnioskodawcy, Beneficjenci realizujący operacje	Wydarzenia animacyjno-integracyjne / szkolenia / warsztaty	Liczba wydarzeń	25	Zwiększenie włączenia społeczności lokalnej w działalność LGD i realizację LSR.	80.000 zł
			Wizyty studyjne aktywizujące mieszkańców	Liczba wizyt studyjnych	5		
			Konkursy	Liczba konkursów	10	Aktywizacja i włączenie społeczne ludzi młodych, seniorów i osób w niekorzystnej sytuacji.	
			Szkolenia z podnoszenia świadomości ekologicznej	Liczba szkoleń	5		
			Spotkania/ warsztaty/ szkolenia aktywizujące, włączające i integrujące ludzi młodych, seniorów i osoby w niekorzystnej sytuacji	Liczba spotkań	25		

Uzyskanie informacji zwrotnej na temat oceny jakości działań komunikacyjnych i pomocy świadczonej przez LGD.	Punkt informacyjny prowadzony przez biuro LGD oraz monitoring i ocena działań	Pracownicy biura LGD	Badania ankietowe	Liczba zebranych ankiet	120	Uzyskanie wiedzy nt. jakości działań komunikacyjnych i świadczonego doradztwa Aktualizacja dokumentu dostosowana do potrzeb grup docelowych.	2.000 zł
			Raport z efektywności działań komunikacyjnych	Liczba raportów	6		